

# القيم في مضمون برامج الأطفال الأسبوعية المسموعة في إذاعة المملكة العربية السعودية

د. بكر محمد إبراهيم  
كلية الآداب - قسم الإعلام  
جامعة الملك سعود - الرياض

**ملخص :** هدفت هذا البحث إلى تقديم وصف تحليلي للقيم، وموضوعات المعلومات، في مضمون برامج الأطفال الأسبوعية المقدمة من إذاعة البرنامج العام، والبرنامج الثاني بالمملكة العربية السعودية من حيث العديد من المتغيرات الأساسية، ومن ضمنها: أسماء البرامج وأيام إذاعتها والمشاركين في تقديمها، ومدتها، والقيم التي تتعرض لها، وموضوعات المعلومات الواردة فيها، والقطاعات التي تتحدث عنها، والمواقع الجغرافية لها، ومصادرها، والقيم التي تتعرض لها، والاحتياجات الإنسانية التي تسعى لإشباعها، والأشكال الفنية التي تقدم من خلالها، والمستويات اللغوية التي تقدم بها. تألفت عينة البحث من (٣٥) برنامجاً أسبوعياً مقدمة من الإذاعتين المذكورتين آنفاً، تم اختيارها بأسلوب العينة العشوائية المنتظمة..

تم تحسين استمارة خاصة مكونة من (١٥) متغيراً أساسياً، يرافق كل منها بعض المتغيرات الفرعية. بلغ معامل الثبات على مقياس ألفا ٠,٦٢، واستفيد في تصميم الاستمارة من البحوث والدراسات السابقة في تحليل مضمون برامج الإذاعة والتلفزيون.

أظهرت النتائج أن مشاركة مذيعة واحدة في تقديم البرامج بإذاعة البرنامج العام قد شغلت المرتبة الأولى بنسبة تبلغ (٢٦,٨٪) في حين احتل الفنانون في المرتبة نفسها المذكورة آنفاً في إذاعة البرنامج الثاني بنسبة تقدر بـ (٢٨٪) وهذا يعني أن عينة البرامج في إذاعة البرنامج العام تركز في تقديمها على مذيعة واحدة، بينما الأمر يختلف بالنسبة لإذاعة البرنامج الثاني، حيث حظي الفنانون بمشاركة أكثر، وكلا الوضعين مخالف إلى حد ما لما ذهبت إليه الاتجاهات الحديثة الداعية إلى مشاركة أكثر للأطفال في البرامج التي تخصهم، حيث إن الطفل يجذب انتباهه أكثر عند سماعه لنظيره وهو يقدم البرنامج. وبالنسبة للقيم التي تعرضت لها البرامج، فقد ظهر أن قيمة العلم / المعرفة تحتل المرتبة الأولى بعدد مرات تكرارها البالغة ثلاث عشرة مرة، أي بنسبة قدرها ١٢,٢٪ في إذاعة البرنامج العام، وشغلت المرتبة نفسها في إذاعة البرنامج الثاني قيمة التعاون بعدد مرات تكرارها البالغة عشر مرات وبنسبة مئوية تبلغ ٢٠,٨٪. وهكذا أخذت بقية القيم تتساوى حيناً وتباین حيناً آخر في الإذاعتين. بلغت نسبة الموضوعات العلمية (١٣,٤٪) في عينة برامج الأطفال الأسبوعية بإذاعة البرنامج العام وهي ببلوغها هذه النسبة تحتل المرتبة الأولى من بين الموضوعات التي تناولتها البرامج عينة البحث في حين شغلت المرتبة نفسها في إذاعة البرنامج الثاني الموضوعات الترويحية بنسبة مئوية تقدر بـ (١٦,٢٪).

مثل الأطفال على أنهم مصادر للمعلومات الواردة في البرامج عينة البحث (١٤,٢٪) و (٢,١٪) لكل من إذاعتي البرنامج العام، والبرنامج الثاني على التوالي. وهذه النسبة تُعدّ متدنية جداً لبرامج موجهة أصلاً للأطفال. وتحتاج إلى زيادة إسهامات الأطفال زيادة ملحوظة بحيث يصل إلى (٥٠٪) أو أكثر بقليل. كما أشار الباحث إلى عدد من التوصيات في ضوء النتائج وتفسيرها.

**مقدمة :** إن لوسائل الإعلام أثراً مهماً في تثقيف الأطفال وتنمية مواهبهم - بعد الأسرة والمدرسة - حيث تسهم في نقل المعارف والمهارات والاتجاهات والقيم التي تسود مجتمعهم كافة، بعد أن تترجمها إلى أساليب عملية للتنشئة الاجتماعية<sup>(١)</sup>. وتأتي الإذاعة المسموعة - بعد التليفزيون - في مقدمة تلك الوسائل ببرامجها المتعددة وبخاصة برامجها في توجيه الأطفال إلى النماذج السلوكية المقبولة، وتنمية مداركهم ومعلوماتهم مع الترفيه عنهم وإشباع الحاجات النفسية لديهم.

وارتكاراً على تعدد القنوات الإذاعية المسموعة في المملكة، وتعدد البرامج الموجهة للأطفال منها، واختلاف اللغتين العربية والإنجليزية اللتين تقدم البرامج بهما، فقد وقع الاختيار على إذاعتي البرنامج العام والبرنامج الثاني لتحليل القيم وموضوعات المعلومات في مضمون عينة من برامج الأطفال الأسبوعية بهما، للإجابة على بعض الأسئلة المدونة في مكان آخر من هذا البحث.

ووقع ذلك الاختيار بسبب أن الإذاعتين تعلمان الإذاعتين الرئيسيتين الناطقتين باللغة العربية في المملكة ؛ ولأنهما تقدمان عدداً أكثر من البرامج المنوعة الموجهة للأطفال.

### برامج الأطفال في الإذاعة السعودية:

تحتل برامج الإذاعة المسموعة المخصصة للطفل المرتبة الرابعة - بعد الأسرة والمدرسة والتلفزيون - في تثقيف الطفل، وتنمية مداركه الذهنية، وربطه بالواقع المعاش إلى جانب صقل شخصيته ومواهبه وتكوين عاداته وتقاليده.

وتقوم مسؤولية الإذاعة تجاه الطفل على أساس ما تستهدفه من مصالح مشروعة لجمهورها. وهي مصالح تحددها إلى درجة كبيرة الظروف الاجتماعية والمادية ومصالح الدولة. وتستند هذه المسؤولية بالنسبة للإذاعة المسموعة السعودية بقنواتها المتعددة على المادة التاسعة من سياسة المملكة الإعلامية التي تنص على الآتي: «يؤكد الإعلام السعودي على أن الطفل فطرة نقية صافية، وتربية خصبة، وأن صورة مجتمع الغد إنما تلمح من خلال طفل اليوم، ولذا فعليه أن يولي برامج الأطفال التوجيهية، والتثقيفية، والترفيهية ما تستحقه من جهد واهتمام، ويقيم هذه البرامج على أسس تربوية علمية مدروسة ويعهد بها إلى ذوي الاختصاص الدقيق في هذا المجال»<sup>(١)</sup>.

وارتكاراً على هذه السياسة، وتطبيقاً لمضمونها قامت الإذاعة السعودية بوضع الأهداف التربوية، والتثقيفية، والترفيهية لبرامج الأطفال المتمثلة على النحو التالي:

- ١ - تنشئة الأطفال تنشئة إسلامية على ضوء الكتاب والسنة وتعريفهم بالإسلام عقيدة ومنهج حياة.
- ٢ - توجيههم إلى حق الوالدين.
- ٣ - تنمية الروح الوطنية لدى الأطفال.

- ٤ - تشجيعهم على حب القراءة والاطلاع.
- ٥ - ترغيبهم في حب الفضائل، والعادات، والتقاليد الحميدة، والانماط السلوكية المقبولة أو المرفوضة اجتماعياً.
- ٦ - تنمية مهاراتهم ومعلوماتهم وتوسيع مداركهم.
- ٧ - تدريب الذاكرة وقوة الانتباه ورعاية ذوي المواهب منهم بإشراكهم في تقديم برامج الأطفال، وعرض تجاربهم الناجحة تشجيعاً لهم وحثاً للآخرين على الاقتداء بهم.
- ٨ - إحاطتهم علماً بأهم منجزات العصر العلمية، والفكرية، والثقافية بطريقة ميسرة تناسب مستواهم الفكري.
- ٩ - إثارة اهتمامهم وتنمية إعجابهم بالشخصيات الناجحة، بضرب أمثلة من سير السلف الصالح وأبطال تاريخنا، وعرض صورة من حياة العلماء والمخترعين وعظماء التاريخ والتعريف بطفولة هؤلاء وما بلغوه من مجد تاريخي.
- ١٠ - تنمية الحس اللغوي السليم، وتعزيز روح الحب والولاء للغتهم، وذلك عن طريق تيسير قواعد اللغة العربية، وتقديم معظم برامجهم باللغة العربية الفصحى.
- ١١ - تعريفهم بالعالم من حولهم، وبخاصة العالم العربي والإسلامي.
- ١٢ - تسليّة الأطفال والترفيه عنهم<sup>(٣)</sup>.

ومن أجل تحقيق تلك الأهداف شرعت الإذاعة السعودية المسموعة بقنواتها المتعددة في إنتاج برامج خاصة للأطفال تذاع على فترات متفاوتة يومية مرة، أو مرتين في اليوم، وأسبوعية مرة، أو مرتين.

### **أولاً: برامج الأطفال في إذاعة البرنامج العام:**

#### **١ - البرامج اليومية:**

ناشئ في رحاب القرآن الكريم: ومدته عشر دقائق.

#### **٢ - برامج تقدم مرتين في اليوم:**

«كل يوم حكاية» يقدم بأسلوب تمثيلي وتقدمه إحدى المذيعات، ومدته عشر دقائق.

### ٣ - البرامج الأسبوعية:

١ - «تربية الأطفال على هدي من السنة النبوية الطاهرة»: برنامج حوارى تقدمه مجموعة من الشخصيات الكبيرة والصغيرة، ويدور حول أصول التربية الإسلامية مستهدياً بأحاديث الرسول الكريم، ومدته خمس عشرة دقيقة.

ب - «لغة الضاد»: برنامج تمثيلي يهدف إلى تعليم اللغة العربية وتسهيل قواعدها على مستوى المرحلة الثانوية. ومدة البرنامج خمس عشرة دقيقة. ويشارك في تمثيله الكبار والصغار.

ج - مجلة الأطفال: برنامج متعدد الفقرات، تقدمه مجموعة من الأطفال ومدته ثلاثون دقيقة.

### ٢ - برامج تقدم مرتين في الأسبوع:

«الباحث الصغير»: برنامج علمي متعدد الفقرات، ويقوم بتقديمه مجموعة من الأطفال. وتقدم حلقة جديدة منه في كل مرة، ومدة البرنامج ثلاثون دقيقة.

### ثانياً: برامج الأطفال في إذاعة البرنامج الثاني:

#### ١ - برامج تقدم مرتين في اليوم:

برنامج «ناشئ» في رحاب القرآن الكريم: وهو نفسه الذي يقدم في إذاعتي البرنامج العام والقرآن الكريم، ومدته عشر دقائق.

#### ٢ - البرامج الأسبوعية:

١ - «مسابقة للصغار»: وهو نفس البرنامج الذي كان يقدم في الأعوام السابقة غير أن مدته زيدت من عشر دقائق إلى خمس عشرة دقيقة.

ب - «حكاية للأطفال»: وهو استمرار للبرنامج الذي كان يقدم في الأعوام السابقة.

### ٣ - برامج تقدم مرتين في الأسبوع:

«مجلة الأطفال»: برنامج متنوع الفقرات، ومدته ثلاثون دقيقة، ويقوم بتقديمه

مجموعة من الأطفال في يوم الخميس من كل أسبوع، ويعاد بثه في يوم الجمعة من كل أسبوع<sup>(١)</sup>.

ولا تقتصر الإذاعة السعودية على تقديم برامج مخصصة للأطفال فحسب، وإنما تبث بعض البرامج التي تعنى بقضايا الطفولة منها برامج متخصصة في مجال التربية وتوعية الأسرة، وبرامج تخصص بعض حلقاتها أو فقراتها لخدمة الطفولة<sup>(٢)</sup>.

### عدد ساعات بث برامج الأطفال:

تبلغ عدد ساعات بث برامج الأطفال من الإذاعة المسموعة السعودية بقنواتها المتعددة ٩ ساعات من ٦٢٢ ساعة أسبوعياً، وهي مجموع ساعات الإرسال الإذاعي بجميع اللغات. ونسبة إرسال برامج الأطفال باللغة العربية إلى مجموع ساعات الإرسال هي ٢٢,٥٪<sup>(٣)</sup>.

### مشكلة البحث:

نظراً للأهمية البالغة لبرامج الأطفال الأسبوعية المسموعة وانعكاساتها المتوقعة على معلومات مستمعيها من الأطفال، ونظراً للنقص الملحوظ في البحوث والدراسات العلمية التي تعنى بالإذاعة السعودية وبرامجها المتنوعة، وخاصة دراسات تحليل مضمون البرامج المخصصة للأطفال، وارتكازاً على ذلك، يحول هذا البحث تحليل القيم وموضوعات المعلومات في برامج الأطفال المذاعة من إذاعتي البرنامج العام، والبرنامج الثاني بالملكة لمعرفة المتغيرات الأساسية في مضمون تلك البرامج من حيث القيم وموضوعات المعلومات الأكثر تداولاً، ومصادرها، ومدة إذاعتها، والمشاركين في التقديم، والقطاعات التي نتحدث عنها، والمواقع الجغرافية للمعلومات، والاحتياجات الإنسانية التي تسعى إلى إشباعها، إلى جانب الأشكال الفنية والمستويات اللغوية التي تقدم بها هذه البرامج. وبالإضافة إلى ذلك، تبين مدى انعكاس تلك البرامج المحللة والتزامها مع أهداف الإذاعة التربوية، والتنشيقية، والترويحية لبرامج الأطفال الإذاعية المنبثقة من المادة التاسعة من سياسة المملكة العربية السعودية المذكورة آنفاً. والهدف من وراء ذلك هو تقديم صورة جلية

لصانعي القرار في الإذاعة السعودية عن طبيعة وكمية المعلومات الواردة في كل برنامج مما يساعد في اتخاذ القرار المناسب من أجل تحسين برامج الأطفال من حيث المضمون والشكل.

### أهمية البحث:

ترجع أهمية هذا البحث في عدم وجود بحوث علمية في مجال البرامج الإذاعية الموجهة للأطفال من القنوات الإذاعية السعودية المتعددة. ونظراً للاهتمام العالمي المتزايد في رعاية الطفولة وتنميتها فقد عدت منظمة اليونسيف عام (١٩٩٠م) عاماً للطفولة، ودعت إلى عقد مؤتمر عالمي للأطفال في يومي (٢٩ و ٣٠ سبتمبر، في نيويورك)<sup>(٧)</sup>، من أجل بعث رسالة على مستوى سياسي عالٍ بأن الأطفال في عقد التسعينات سيكونون في بؤرة الشعور من حيث العناية والرعاية والاهتمام بقضاياهم ومشكلات تربيتهم وإعدادهم لحياة مستقبلية نافعة لأنفسهم ومجتمعاتهم وأوطانهم<sup>(٨)</sup>. وبناء على ما أشارت إليه عدة دراسات وبحوث، في بلدان متعددة من قلة الوقت المخصص لبرامج الأطفال الإذاعية، ووجود خلط بين ما يجب أن يقدم للصغار والناشئين والأطفال، إلى جانب حشد المعلومات حشداً في البرنامج الإذاعي الواحد<sup>(٩)</sup>. الأمر الذي يؤدي إلى إعاقة سرعة استيعاب المعلومة المذاعة عند الطفل.

واستناداً لجميع ما ذكر، وللرغبة في الإسهام في إثراء المكتبة السعودية، ولسد ثغرة في ميدان بحوث تحليل مضمون برامج الأطفال الإذاعية بالملكة، يحاول هذا البحث الإجابة عن الأسئلة الآتية:

### أسئلة البحث:

نظراً لقلة البحوث التي تتناول برامج الأطفال الإذاعية بالدراسة والتمحيص ونوعيات هذه البرامج والمعلومات الواردة فيها، وحيث إن هذا النوع من البحوث لا توجد له فروض محددة ولا يستهدف أصلاً اختبار فروض<sup>(١٠)</sup>. فإن ذلك استدعى من الباحث وضع سؤال رئيس هو:

ما هي القيم التي تتعرض لها وتركز عليها برامج الأطفال الأسبوعية في الإذاعة السعودية؟ ولاستكمال الإجابة عن هذا السؤال وضعت تسعة أسئلة فرعية تتعلق بمضمون برامج الأطفال الأسبوعية، تتمثل هذه الأسئلة في الآتي:

١ - ما هي أسماء البرامج والإذاعة المذاعة منها، والأيام المذاعة خلالها، وما مدة إذاعتها؟

٢ - ما هي موضوعات المعلومات الأكثر تداولاً في برامج العينة؟ وما مدة إذاعتها؟

٣ - ما هي القطاعات التي تتحدث عنها هذه البرامج؟

٤ - ما هي المواقع الجغرافية للمعلومات التي تقدمها البرامج؟

٥ - ما هي مصادر المعلومات الأكثر تداولاً في برامج العينة؟

٦ - ما هي الاحتياجات الإنسانية التي تسعى هذه البرامج إلى إشباعها؟

٧ - ما هي الأشكال الفنية التي تقدم من خلالها برامج الأطفال؟

٨ - ما هي المستويات اللغوية التي تقدم بها برامج الأطفال؟

٩ - ما مدى انطباق هذه البرامج مع أهداف الإذاعة التربوية، والتثقيفية، والترفيهية لبرامج الأطفال؟

#### الإطار النظري للبحث:

يؤكد بعض الباحثين في النظريات التي تحاول تفسير محتوى الرسائل الإعلامية على أن هناك تبايناً في أهداف تحليل هذا المحتوى وتبايناً في نوعية الرسائل الإعلامية إلى جانب وجود غموض في تلك الرسائل، وذلك راجع للاستعمال الخاص للمرسل، أو إشكالات اللغة المستخدمة أو تبايناً في إدراك المتلقي وظروفه. ولكن ذلك لم يقف حائلاً دون استمرار تحليل المحتوى، فهي مازالت تحتل مكانة بالغة الأهمية بصفتها دليل على الأداء الوظيفي للمنظمة الإعلامية من حيث حجم منتجاتها أو نوعيتها وطبيعة اللغة المستعملة والجمهور المستهدف واهتماماتها والآثار المحتملة للمحتويات الإعلامية.



فالنظريات التي تفسر المحتوى تركز على سؤال رئيس هو:

إلى أي مدى يعكس المضمون الإعلامي واقع المجتمع؟ وتبعاً للإجابة عن هذا التساؤل تباينت النظريات الإعلامية في تحليلها وتفسيرها لهذا المحتوى. ومن هذه النظريات ما يلي:

١ - النظرية الوظيفية التي تفسر انحراف الإعلام عن الواقع من وجهة نظر وظيفية للمجتمع أو للفرد.

٢ - نظرية المؤامرة أو نظرية الهيمنة التي تفسر السيطرة الاجتماعية من قبل طبقات أو نخب ذات مصالح خاصة.

٣ - النظرية التنظيمية للمؤسسات الإعلامية.

٤ - نظرية الجمهور محدداً للمضامين الإعلامية<sup>(١١)</sup>.

وبناء على ما سبق الإشارة إليه، فإن الإطار النظري الذي يحكم مسار هذا البحث يستمد نواح تفسيرية من النظريات المذكورة آنفاً. وعلى وجه الخصوص الجانب الوظيفي للرسائل الإعلامية في برامج الأطفال المسموعة من الإذاعة السعودية ومدى انعكاسها والتزامها للمادة التاسعة من سياسة المملكة الإعلامية الموضحة أعلاه.

وعلى كل حال، فإن هذا البحث ما هو إلا محاولة للتأكد من محتوى هذه البرامج عن طريق الإجابة عن تساؤلات البحث.

وبما أن دراسة تأثير الوسيلة يجب أن تبدأ من مرتكز معرفي حول ما تتضمنه وتقدمه تلك الوسيلة، فإن مثل هذه الدراسة هي بؤرة الانطلاق لبناء وتصوير شامل لواقع الوسيلة؛ لأن تحليل المحتوى هو «طريقة بحث من أجل الوصول إلى وصف موضوعي منظم وكمي عن محتوى أسلوب الاتصال الظاهر»<sup>(١٢)</sup>. وعن طريقه يستطيع صانع القرار في الإذاعة تكوين صورة واضحة حول مضمون برامج الأطفال وبالتالي يمكنه اتخاذ القرار الصائب من أجل رفع مستوى مضمون برامج الأطفال.

## موقع الدراسة:

تقع هذه الدراسة في موقع متقدم بين الاتجاهات الرئيسة في دراسة العلاقة بين الطفل ووسائل الإعلام، حيث تستند على النظرية الوظيفية لوسائل الإعلام، لبيان مدى فاعلية برامج الأطفال الأسبوعية في تحقيق بعض أو كل أهداف الإذاعة السعودية لبرامج الأطفال التي تنطلق من سياسة المملكة الإعلامية.

## الدراسات السابقة:

في السنوات الأخيرة من هذا القرن، بدأ الاهتمام بالطفولة يزداد يوماً بعد يوم على مستوى العالم كله بهدف توفير مقومات الحياة السليمة للأطفال<sup>(١٢)</sup>. وبالرغم من هذا الاهتمام المتزايد في الآونة الأخيرة، إلا أنه كان هناك بعض البحوث والدراسات التي تعنى بالطفولة، وأثر وسائل الإعلام فيها من حيث التنقيف وتنمية المواهب وصقلها.

وبعد إجراء مسح عام على بعض الدراسات والبحوث المتوفرة في تحليل مضمون البرامج مدار البحث، تبين لنا أن العدد الأكبر منها يدور حول برامج التليفزيون والفديو في الدول الغربية، وليس في هذا غرابة؛ لأن تلك الدول لها الأولوية في ميدان البحوث والدراسات العلمية، وعلى وجه الخصوص في حقل وسائل الإعلام الإلكترونية. كما تبين لنا أيضاً من خلال المسح العام أن عدداً يسيراً من هذه الدراسات توجد في بعض الدول العربية.

وبالنسبة للمملكة العربية السعودية، لم تجز دراسات وبحوث تحليلية لبرامج الأطفال المقدمة من الإذاعة المسموعة بصفة خاصة، وإنما هناك بعض الدراسات والبحوث النظرية والعلمية التي تجمع بين وسيلتين إعلاميتين أو أكثر في سرد تاريخي أو وصفي بصفة عامة، وإن جاء ذكر البرامج الإذاعية الموجهة للأطفال فهو ذكر عابر أو إشارة خاطفة لا غير.

ومن دراسات تحليل المضمون؛ الدراسة التي أجراها بدر أحمد كريم (١٤٠٧هـ/١٩٨٧م) تحت عنوان «دور المذيع في تغيير العادات والقيم في المجتمع السعودي»<sup>(١٤)</sup>، وفيها قام بتحليل مضمون برامج الإذاعة السعودية في الفترة من

عام ١٣٦٨هـ / ١٩٤٩م إلى عام ١٣٧٤هـ / ١٩٥٥م، من واقع الهيكل البرامجي بهدف التعرف على الدور الذي قامت به الإذاعة السعودية في مجال التغيير الاجتماعي.

وأخر دراسة تحليل مضمون برامج الإذاعة السعودية - حسب علم الباحث - هي التي قام بإنجازها معد هذا البحث بعنوان «الإذاعة السعودية: دراسة تحليلية لمضامين برامج إذاعة البرنامج العام»<sup>(١٥)</sup>، ومن ضمن تلك البرامج برامج الأطفال التي حللها من واقع هيكل البرامج لدورتي عام ١٤٠٩هـ / ١٩٨٩م.

والملاحظ على هاتين الدراستين أن كلا منهما لم يحلل برامج الأطفال الإذاعية إلى عناصرها الأولية من واقع الاستماع الإذاعي لتلك البرامج، حيث لم يكن الهدف الرئيس من إجراء تلك الدراستين هو تحليل مضمون برامج الأطفال الإذاعية، وهو الأمر الذي يستوجب إجراء هذا البحث للإجابة عن الأسئلة الموضحة في مكان آخر منه.

### أسلوب البحث:

إن المنهج الوصفي هو الأسلوب المستعمل في هذا البحث. وهذا البحث لا يهتم فحسب بوصف محتوى وسيلة الاتصال، وإنما يعنى بدراسة العلاقات بين المتغيرات المتعددة.

وأما أداة جمع البيانات المستعملة في هذا البحث فهي تحليل المضمون الذي شاع استعماله في البحوث الإعلامية.

والتحليل عملية ملازمة للفكر الإنساني تستهدف إدراك الأشياء والظواهر بوضوح من خلال عزل بعضها عن بعض ومعرفة خصائص هذه العناصر أو سماتها وطبيعة العلاقات التي تقوم بينها، في حين أن المضمون في علوم الاتصال هو كل ما يقوله الفرد أو يكتبه ليحقق من خلاله أهدافاً اتصالية مع الآخرين.

هذا وقد عرف برنارد بيرلسون (B. Berelson) تحليل المحتوى بأنه «طريقة بحث من أجل الوصول إلى وصف موضوعي، منظم وكمي عن محتوى أسلوب الاتصال الظاهر»<sup>(١٦)</sup>.

يعتمد هذا البحث على تحليل مضمون عينة من برامج الأطفال الأسبوعية التي تذاع من إذاعتي البرنامج العام والبرنامج الثاني بالملكة العربية السعودية.

### مجتمع البحث وعينته:

من المعروف أن الوضع الأمثل في دراسات وبحوث تحليل المضمون تطبق أدواتها على جميع مفردات المجتمع الأصلي الذي تتعلق به تلك الدراسات والبحوث، ولكن ليس في مقدور أي باحث أن يدرس كل المجتمع الذي يتناوله بحثه، وخاصة إذا كان هذا المجتمع كبيراً ومستمرّاً كبرامج الأطفال التي تبثها إذاعتي البرنامج العام والبرنامج الثاني خلال الدورة الإذاعية الثانية لعام ١٤١٣هـ / ١٩٩٢م التي تستغرق مدة ستة أشهر ابتداء من شهر رجب وانتهاء بشهر ذي الحجة. وحيث إن العينة أسلوب علمي والاختيار الدقيق لها يؤدي إلى الوصول إلى نتائج متماثلة مع نتائج كل مفردات المجتمع الأصلي<sup>(١٧)</sup> لذا اختيرت عينة من برامج الأطفال الأسبوعية المقدمة من الإذاعتين خلال الدورة المشار إليها أعلاه، باتباع أسلوب العينة العشوائية المنتظمة Systematic Random Sample الذي يقوم على اختيار المفردة الأولى في العينة عشوائياً، ومن ثم متابعة اختيار المفردات الأخرى بمراعاة انتظام المسافات، أو الفترات، أو الأعداد التي تفصل بين المفردات المختارة<sup>(١٨)</sup>. وتم اختيار خمس وثلاثين برنامجاً أسبوعياً مقدمة من الإذاعتين السالفتي الذكر بواقع خمسة برامج من كل نوع مع استبعاد أيام إعادة بعض هذه البرامج وتتمثل أسماء البرامج الأسبوعية المختارة من كل إذاعة على النحو التالي:

#### أولاً: البرنامج العام:

١ - تربية الأطفال على هدي السنة النبوية الطاهرة (السبت)

٢ - لغة الضاد (الأحد)

٣ - الباحث الصغير (ويعاد بث يوم الجمعة) (الاثنين)

٤ - مجلة الأطفال (الخميس)

## ثانياً: البرنامج الثاني:

١ - مسابقة الصغار (وتعاد يوم الخميس) (السبت)

٢ - مجلة الأطفال (وتعاد يوم الجمعة) (الخميس)

٣ - حكاية للأطفال (الخميس)

## وحدة التحليل:

وحدة التحليل هي أصغر عنصر يمكن وصفه وعده فعلاً من مضمون الوسيلة الإعلامية. وتعرف وحدة التحليل في المحتوى المكتوب بأنها هي الكلمة المفردة أو الرمز أو الفكرة أو كامل المقالة أو القصة، وفي الإذاعة والفلم هي الشخصيات والتمثيل أو البرامج كلها<sup>(١٩)</sup>. وبناء عليه تم اختيار موضوع البرنامج والزمن كوحدة تحليل في هذا البحث. والموضوع هو «فكرة تدور حول مسألة معينة»<sup>(٢٠)</sup>. في برامج الأطفال الأسبوعية. وأما الزمن فهو الفترة التي يستغرقها بث الموضوع الواحد في البرنامج مدار البحث.

## فئة التحليل:

فئات التحليل هي عبارة عن أجزاء أصغر تجتمع فيها وحدة الصفات أو الخصائص أو الأوزان، وتُعدُّ بعد ذلك جيوباً أو أماكن يضع فيها الباحث كل ما يقابله من وحدات تجتمع فيها هذه الصفات أو الخصائص أو الأوزان»<sup>(٢١)</sup>.

وتنصب الأسئلة التي يسعى هذا البحث للإجابة عنها في دراسة المتغيرات الموضحة في مشكلة البحث.

واشتمل تحليل القيم وموضوعات المعلومات الواردة في مضمون البرامج مدار البحث على العديد من الفئات التي ترتبط بمشكلة البحث، وتتمثل هذه الفئات على النحو التالي :

اسم الإذاعة، اسم البرنامج، يوم الإذاعة، موعد إذاعة البرنامج، المشاركون في تقديم البرنامج، مدة الحلقة الواحدة، القيم التي ركزت عليها برامج الأطفال، موضوعات المعلومات، الوقت الذي استغرقته موضوعات المعلومات ضمن وقت كل

برنامج، القطاعات الواردة في المعلومات، المواقع الجغرافية للمعلومات، مصادر المعلومات، الاحتياجات الإنسانية، الأشكال الفنية، المستويات اللغوية .

### التعريفات

إن من مستلزمات البحث وضرورياته الاتفاق قبل البدء على تعريف واضح ومحدد بما نقصده بالطفل وبرامجه. فبالنسبة لتعريف الطفل فإن هناك العديد من التعريفات والتقسيمات الخاصة بفترة الطفولة ولكن أكثرها تداولاً هي التي نقسمها إلى أربع مراحل أساسية على النحو التالي :

١- المرحلة الأولى تبدأ من الولادة حتى السنة الثانية .

٢- المرحلة الثانية تبدأ من السنة الثانية حتى السنة السابعة.

٣- المرحلة الثالثة من سن السابعة حتى الحادية عشرة .

٤- المرحلة الرابعة من سن الحادية عشرة حتى الرابعة عشرة .

حيث يتصف أطفال كل مرحلة من المراحل السابقة بخصائص وحاجات وقدرات متميزة ، إلى جوانب أخرى مشتركة<sup>(٢٣)</sup>.

وأما برامج الأطفال فتعرف بأنها «هي البرامج التي تعد ليكون جمهورها الأطفال في مختلف أعمارهم حسب العمر المستهدف من كل برنامج»<sup>(٢٤)</sup>.

وتعرف القيم بأنها: «معايير وأهداف لا بد من وجودها في كل مجتمع يريد لتنظيماته الاجتماعية الاستمرار في أداء وظيفتها لتحقيق أهداف الجماعة»<sup>(٢٥)</sup>.

وبرامج الأطفال المقدمة من الإذاعة المسموعة السعودية بقنواتها المتعددة موجهة للأطفال بين السادسة والخامسة عشرة فقط؛ لأن الطفل قبل بلوغه سن السادسة لا تمكنه قدرته على التخيل لمتابعة برامج الإذاعة المتنوعة إلا في الأناشيد.

ولذا تقدم الإذاعة بعض الأناشيد للأطفال مادون السادسة. وتقسم (الإذاعة السعودية) الأطفال من سن ست سنوات إلى خمس عشرة سنة إلى قسمين. القسم الأول من ست سنوات إلى اثنتي عشرة سنة توجه إليهم البرامج التي تناسبهم،

والقسم الثاني من سن الثانية عشرة إلى الخامسة عشرة توجه إليهم البرامج التي تتماشى مع سنهم من حيث مواد البرامج ولغتها<sup>(٢٥)</sup>.

### تصميم الاستبانة وجمع البيانات:

وكما ذكر آنفاً فقد صممت استمارة خاصة لدراسة المتغيرات المشار إليها في مكان آخر من هذا البحث، واستفيد في تصميمها من البحوث والدراسات السابقة في تحليل مضمون برامج الإذاعة والتلفزيون، ويأتي على رأس هذه البحوث والدراسات: «الإعلام المرئي الموجه للطفل العربي: دراسة ميدانية وتحليلية» للدكتور عاطف عدلي العبد<sup>(٢٦)</sup>.

### الثبات والصدق:

يُعَدُّ الثبات Reliability في أبحاث تحليل المضمون قضية اتصالية مهمة وهو يعني أن الباحث يحصل عند القياس على ذات النتائج إذا ما استخدم ذات الأساليب على ذات المواد. أما الصدق Validity فهو الآخر ذو أهمية بالغة في الدراسات الإعلامية حيث يؤكد لنا أن الاستبانة تقيس بالفعل ما تسعى لقياسه.

وبخصوص الثبات في هذا البحث فقد تم استعمال برنامج حزمة العمليات الإحصائية للعلوم الاجتماعية (Spssx) بالحاسب الآلي حيث أوضح أن معامل الثبات على مقياس ألفا  $0.62$  ( $\text{Alpha} = 0.62$ ) وهذا يدل على أن الاستبانة ستظهر تقريبا نفس النتائج فيما إذا طبقت مرة أخرى تحت نفس الظروف.

وأما بشأن التأكد من مصداقية الاستبانة فقد جرى عرضها على مجموعة من المتخصصين في الدراسات الإعلامية وأرفق معها أهداف البحث والأسئلة التي يجيب عنها. هذا وقد أبدوا بعض الملحوظات التي أخذت في الحسبان من قبل الباحث.

### جمع البيانات:

قام الباحث بتسجيل جميع برامج الأطفال في أيام العينة على أشرطة تسجيل، واستعان الباحث بمساعدين لتعبئة استبانة البحث بعد إعطائهم التمرين اللازم على طريقة تعبئة الاستبانة.

وبعد أن انتهى المساعدون تقريغ كل وحدات عينة البحث تم إجراء اختبار المصادقية عليها بأخذ ما يقرب من ١٠٪ من عينة البحث. وبعد ترميزها جرى حساب اختبار المصادقية وفق المعادلة التي أوردها هولستي (Holsti) (٢٧):

$$\text{Composite Reliability} = \frac{N (\text{Average Inter-Judge Agreement})}{1 + [(N-1) (\text{Average Inter-Judge Agreement})]}$$

هذا وقد تراوحت النتيجة بين ٩٦٪ للقيم التي ركزت عليها برامج الأطفال، و٨٧٪ لموضوعات المعلومات، و٨٩٪ للاحتياجات الإنسانية التي تسعى برامج الأطفال إلى إشباعها، أي بمعدل مصادقية يساوي ٩١٪، وتعد هذه النسبة عالية وتدل على وضوح المقياس وصلاحيته للتحليل، كما تدل أيضاً على صحة النتائج النهائية التي توصل إليها البحث.

#### حدود البحث:

وكما ذكر آنفاً، يغطي هذا البحث ٣٥ برنامجاً من برامج الأطفال الأسبوعية المذاعة من إذاعتي البرنامج العام والبرنامج الثاني للدورة الإذاعية الثانية لعام ١٤١٣هـ/١٩٩٣م.

ويثير هذا البحث مجموعة من الدراسات والبحوث المستقبلية منها على سبيل المثال لا الحصر:

- ١ - استكمال هذا البحث ليشمل تحليل القيم وموضوعاتها في مضمون برامج الإذاعة السعودية مما يعطي صورة أوضح عن تلك البرامج.
- ٢ - إجراء دراسة للأدوار الاجتماعية للشخصيات في برامج الأطفال الإذاعية.
- ٣ - إجراء دراسة ميدانية على كُتّاب ومعدّي ومنتجي برامج الأطفال بالملكة لمعرفة أنسب الطرق لإنتاج برامج الأطفال من حيث المضمون والشكل.
- ٤ - إجراء دراسة ميدانية على الأطفال، وأولياء أمورهم، ومدرسيهم لمعرفة آرائهم في شكل ومحتوى برامج الأطفال الإذاعية التي يرغبون في الاستماع إليها وأيام ووقت إذاعتها.



٥ - إجراء دراسة تحليلية لأبعاد الغرس الثقافي في محتوى برامج الأطفال المذاعة من الإذاعة السعودية، للتعرف على كيفية العمل على رفع مستوى تلك الأبعاد الثقافية.

### النتائج

يوضح الجدول رقم (١) اسمي الإذاعتين مدار البحث وأسماء البرامج المقدمة منهما وأيام إذاعة كل برنامج مع بيان دورية البرنامج وموعد إذاعته، حيث نجد أن إذاعة البرنامج العام تبث أربعة برامج للأطفال هي: تربية الأطفال، ولغة الضاد، والباحث الصغير ومجلة الأطفال. وتذاع هذه البرامج في الأيام التالية: السبت، والأحد، والاثنين، والخميس على التوالي، ولاتعاد إذاعة أي من البرامج السالفة الذكر إلا برنامج الباحث الصغير الذي يعاد بثه في يوم الجمعة من كل أسبوع. ومن ثم يتضح أن دورية هذه البرامج أسبوعية. وأن موعد إذاعتها في فترة ما بعد الظهر بالنسبة للبرامج الثلاثة الأولى وبالنسبة للبرنامج الرابع وهو مجلة الأطفال، فيتم بثه في الفترة الصباحية.

وأما الإذاعة الثانية الموضحة في الجدول المشار إليه آنفاً، فهي إذاعة البرنامج الثاني، وتقدم ثلاثة برامج للأطفال هي: مسابقة للصغار، وحكاية للأطفال، ومجلة الأطفال، وتبث هذه البرامج في أيام السبت، والخميس، والجمعة، ويعاد بث برنامجين منها هما مسابقة للصغار، ومجلة الأطفال، في يوم الخميس من كل أسبوع. وبذا يصبح يوم الخميس من أكثر الأيام بثاً لبرامج الأطفال من إذاعة البرنامج الثاني. وأما بالنسبة لموعد إذاعة كل برنامج فهو في فترة ما بعد الظهر لبرنامج، مسابقة للصغار، وفي الفترة الصباحية لبرنامجي حكاية للأطفال، ومجلة الأطفال.

وبالنسبة لمدة إذاعة كل برنامج في الإذاعتين فيتراوح ما بين ١٥ إلى ٣٠ دقيقة كما هو موضح في الجدول المذكور آنفاً. وبعبارة أخرى فإن إذاعة البرنامج العام تقدم برامج أسبوعية للأطفال مدتها ساعة ونصف، في حين لا تقدم إذاعة البرنامج الثاني سوى ساعة واحدة أسبوعياً. ومع أن الإذاعتين تعيدان بث بعض برامج الأطفال الأسبوعية إلا أنهما في حاجة إلى زيادة عدد برامجهما ومدة كل برنامج لتواكب رغبات النشء ومتطلباتهم المتجددة.

جدول رقم (١) برامج الأطفال الأسبوعية المذاعة في البرنامج العام والثاني

اسم الإذاعة	اسم البرنامج	مدة البرنامج	أيام الإذاعة	دورية البرنامج	موعد إذاعة البرنامج
البرنامج العام	تربية الأطفال	١٥ د *	السبت	أسبوعي	مابعد الظهر ١-٢
البرنامج العام	لغة الضاد	١٥ د	الأحد	أسبوعي	مابعد الظهر ١-٢
البرنامج العام	الباحث الصغير	٣٠ د	الاثنين	مرتان في الأسبوع والثانية إعادة	مابعد الظهر ١-٢
البرنامج العام	مجلة الأطفال	٣٠ د	الخميس	أسبوعي	الفترة الصباحية
البرنامج الثاني	مسابقة للصغار	١٥ د	السبت	مرتان في الأسبوع والثانية إعادة	الفترة الصباحية
البرنامج الثاني	حكاية للأطفال	١٥ د	الخميس	أسبوعي	الفترة الصباحية
البرنامج الثاني	مجلة الأطفال	٣٠ د	الخميس	مرتان في الأسبوع والثانية إعادة	الفترة الصباحية
	المجموع	٣٠٠ د			

\* د = دقيقة

ويظهر في الجدول رقم (٢) نوعية المشاركين في برامج الأطفال الأسبوعية المذاعة من البرنامجين مدار البحث، وعدد مرات تكرارها، ونسبتها المئوية، حيث يتبين لنا أن مشاركة مذيعة واحدة قد تكررت ٤٢ مرة في إذاعة البرنامج العام أي بنسبة تبلغ ٢٦,٨٪ وبذا فقد احتلت المرتبة الأولى من بين نوعية المشاركين في برامج العينة، في حين شغل المرتبة الأولى في برامج عينة إذاعة البرنامج الثاني الفنانون بعدد مرات التكرار البالغ ٢٨ مرة وبنسبة مئوية تبلغ ٢٨٪، وهذا على اختلاف إذاعة البرنامج العام حيث جاء إسهام الأطفال في تقديم البرامج في المرتبة الثانية بعدد مرات التكرار البالغة ٢٢ مرة أي بنسبة مئوية تبلغ ٢٨,٩٪، بينما شغلت المرتبة الثانية مذيعة وأطفال بالنسبة لإذاعة البرنامج الثاني، حيث بلغت مرات مشاركتهم في تقديم البرامج ٢٧ مرة وبنسبة مئوية قدرها نفس الرقم السابق.

وهكذا تتوالى مرات التكرار ونسبتها لنوعيات المشاركين في برامج الأطفال الأسبوعية في عدد تنازلي حتى تصل إلى مرتين وبنسبة قدرها ٢٪ لمشاركة الفنانين في برامج إذاعة البرنامج الثاني.

ومجمل القول هو أن مجموع مرات التكرار لنوعية المشاركة في برامج عينة إذاعة البرنامج العام هو، ١١٤ مرة ومجموع النسب هو ٩٩,٧٪ في حين بلغ مجموع تكرار المشاركين في برامج إذاعة البرنامج الثاني ١٠٠ مرة ونفس الرقم لمجموع النسب المئوية.

ويُحفظ على الجدول المشار إليه آنفاً أن المرتبة الأولى احتلها الفنانون في برامج إذاعة البرنامج الثاني، بينما مشاركة الأطفال شغلت المرتبة الرابعة، وهذا على خلاف الاتجاهات الحديثة الداعية إلى مشاركة أكثر للأطفال في برامجهم مما يزيد رغبتهم في الاستماع إلى برامجهم؛ لأن الطفل ينجذب انتباهه أكثر عند سماعه لنظيره وهو يقدم البرنامج<sup>(٣٨)</sup>.

جدول رقم (٢) نوعية المشاركين في برامج الأطفال الأسبوعية

الترتبة	النسبة المئوية للتكرار	عدد مرات التكرار برامج البرنامج الثاني	الترتبة	النسبة المئوية للتكرار	عدد مرات التكرار برامج البرنامج العام	أنواع المشاركين
٣	٪١٧	١٧	١	٪٣٦,٨	٤٢	مذيعة
٤	٪١٦	١٦	٢	٪٢٨,٩	٣٣	أطفال
٦	٪٠,٢	٢	٣	٪١٧,٥	٢٠	مذيع وضيفوف
٢	٪٢٧	٢٧	٤	٪١٠,٥	١٢	مذيعة وأطفال
٥	٪٠,٧	٧	٥	٪٠٤,٣	٥	أطفال وفنانون
١	٪٢٨	٢٨	٦	٪٠١,٧	٢	فنانون
-	-	-	-	-	-	مذيع
-	-	-	-	-	-	مذيع ومذيعة
٧	٪٠,٢	٢	-	-	-	أخرى
	٪١٠٠	١٠٠		٪٩٩,٧	١١٤	المجموع

★ الترتيب حسب مرات التكرار

يوضح الجدول رقم (٣) القيم التي ركزت عليها برامج الأطفال الأسبوعية المذاعة من إذاعتي البرنامج العام والبرنامج الثاني، حيث يظهر أن قيمة العلم / المعرفة تشغل المرتبة الأولى بعدد مرات تكرارها البالغ ثلاث عشرة مرة أي بنسبة قدرها ١٢,٣٪ في إذاعة البرنامج العام، بينما احتلت المرتبة الأولى في عينة برامج الأطفال بالبرنامج الثاني فقرة التعاون بعدد مرات تكرارها البالغة عشر مرات وبنسبة مئوية قدرها ٢٠,٨٪. وأما المرتبة الثانية فقد شغلتها قيمة العمل بعدد

مرات تكرارها التي تقدر بتسع مرات أي بنسبة تبلغ ٨,٥٪ في برامج أطفال البرنامج العام، في حين احتلت نفس المرتبة السالفة الذكر في البرنامج الثاني قيمة العلم/ المعرفة بعدد مرات تكرارها البالغة تسع مرات أيضاً ولكن بنسبة مئوية تختلف عن السابقة حيث بلغت ١٨,٧٪.

وتساوت في المرتبة الثالثة في البرنامج العام القيم التالية: الصدق، والتعاون، والوطنية بعدد مرات تكرارها البالغة ثمان مرات لكل منها، وكذلك نسبتها التي تقدر بـ ٧,٦٪ لكل منها في حين شغلت المرتبة الثالثة في إذاعة البرنامج الثاني قيمة العمل بنفس عدد مرات التكرار المذكورة أخيراً غير أن نسبتها ليست كالسابقة وإنما هي ١٦,٦٪. وبعد ذلك يتوالى عدد مرات تكرار القيم في برامج الأطفال الأسبوعية المقدمة في الإذاعتين في تسلسل تنازلي.

ويلاحظ أيضاً في جدول رقم (٣) أن هناك بعض القيم التي ركزت عليها برامج إذاعة البرنامج العام وأغفلتها إذاعة البرنامج الثاني، كما يظهر من الجدول المشار إليه آنفاً أن بعض القيم الموضحة في استبانة تحليل البرامج لم تركز عليها البرامج في الإذاعتين مدار البحث.

وبلغ مجموع عدد تكرار القيم في البرنامج العام مائة وأربع مرات أي بنسبة مئوية قدرها ٩٨,٣٪ بينما هي في البرنامج الثاني تقدر بـ ثمان وأربعين مرة وبنسبة قدرها ٩٩,١٪.

ومن واقع الجدول المذكور، يتبين بصفة عامة أن هناك حاجة ملحة للتركيز على بعض القيم أكثر من غيرها في إذاعة البرنامج الثاني ومن هذه القيم: الصدق، والصبر، والصداقة، والنظافة، والشجاعة، والإيمان، والتواضع، والتسامح... وسواها. وواضح مدى أهمية غرس تلك القيم في نفوس الأطفال لكي يشبوا وهم يتحلون بهذه القيم النبيلة والأخلاق الحميدة.

ولا يقتصر الأمر على برامج إذاعة البرنامج الثاني فحسب، وإنما برامج إذاعة البرنامج العام تشاركه أيضاً في الاحتياج إلى مضاعفة البرامج التي تركز على تلك القيم آنفة الذكر؛ لأن الطفل في المرحلة العمرية التي تمتد من سن (٥-٨) يكون قد مر بخبرات مكتسبة عديدة، وعلى وجه الخصوص تلك المتعلقة بالواقع المعاش حيث يأخذ بالتعلق في العالم الخيالي، وبصفة خاصة الخرافات والأساطير. وعلى ذلك فإن

البرامج التي تراعي هذه الخاصية تنمي هذه القدرة الخيالية «ويمكن أن تظهر آثار هذه البرامج من خلال ما تقدمه من فضائل وأخلاق وقيم اجتماعية وعادات وأنماط سلوكية، ومثاليات كالإخلاص، والوفاء، والصدق، والشجاعة، وغير ذلك من المثاليات الحسنة عن طريق هذا الخيال وشخصياته الأسطورية» (٢٩).

جدول رقم (٣) القيم التي ركزت عليها برامج الأطفال الأسبوعية

القيمة	مرات التكرار في البرنامج العام	النسبة	المرتبة	مرات التكرار في البرنامج الثاني	النسبة	المرتبة
العلم / المعرفة	١٢	٪١٢,٢	١	٩	٪١٨,٧	٢
العمل	٩	٪٠٨,٥	٢	٨	٪١٦,٦	٣
الصدق	٨	٪٠٧,٦	٣	-	-	-
التعاون	٨	٪٠٧,٦	٣ مكرر	١٠	٪٢٠,٨	١
الوطنية	٨	٪٠٧,٦	٣ مكرر	٢	٪٠٤,١	-
الجمال	٧	٪٠٦,٦	٤	١	٪٢	٧
المحبة	٦	٪٠٥,٧	٥	٢	٪٠٤,١	٦
قيم أخرى	٥	٪٠٤,٧	٦	٥	٪١٠,٤	٤
الصدقة	٤	٪٠٣,٨	٧	-	-	-
النظافة	٣	٪٠٣,٨	٨	-	-	-
الشجاعة	٣	٪٠٣,٨	٨ مكرر	-	-	-
النظام	٣	٪٠٣,٨	٨ مكرر	٢	٪٠٤,١	٦ مكرر
المسؤولية	٣	٪٠٣,٨	٨ مكرر	-	-	-
المداينة	٣	٪٠٣,٨	٨ مكرر	١	٪٢	٧ مكرر
السعادة	٣	٪٠٣,٨	٨ مكرر	٣	٪٠٦,٢	٥
الإخلاص	٣	٪٠٣,٨	٩	٢	٪٠٤,١	٦ مكرر
الصبر	٣	٪٠٣,٨	٩ مكرر	-	-	-
الإبداع	٣	٪٠٣,٨	٩ مكرر	-	-	-
التسامح	٣	٪٠٣,٨	٩ مكرر	١	٪٢	٧ مكرر
الانضاح	٣	٪٠٣,٨	٩ مكرر	-	-	-
الكرم	٣	٪٠٣,٨	٩ مكرر	-	-	-
الاعتدال	٣	٪٠٣,٨	٩ مكرر	-	-	-
التواضع	٣	٪٠٣,٨	٩ مكرر	١	٪٢	٧ مكرر
الإيمان	٣	٪٠٣,٨	٩ مكرر	١	٪٢	٧ مكرر
المجموع	١٠٤	٪٩٨,٢		٤٨	٪٩٩,١	

يبين الجدول رقم (٤) نوعيات موضوعات المعلومات وعدد مرات تكرارها ومدة ونسبها المئوية في برامج الأطفال الأسبوعية المذاعة من إذاعتي البرنامجين العام والثاني، حيث تشغل المعلومات العلمية المرتبة الأولى بعدد مرات تكرارها

البالغة ثلاثين مرة ومدتها مائة وثمان وثلاثون دقيقة وست عشرة ثانية أي بنسبة مئوية تقدر بـ ٢٦٪ في برامج إذاعة البرنامج العام، في حين تحتل المرتبة الأولى في برامج إذاعة البرنامج الثاني المعلومات الترويحية حيث بلغ عدد مرات تكرارها إحدى عشرة مرة ومدتها تسع وثلاثون دقيقة وثمان ثوان وبنسبة مئوية تقدر بـ ١٦,١٪.

وجاءت في المرتبة الثانية بالنسبة لبرامج الأطفال في إذاعة البرنامج العام المعلومات اللغوية بعدد مرات تكرارها البالغة خمس عشرة مرة، واستغرقت مدة سبعين دقيقة أي بنسبة مئوية قدرها ١٢٪ بينما احتلت المرتبة الثانية في برامج الأطفال في إذاعة البرنامج الثاني المعلومات العلمية، والاجتماعية، والتعليمية، بعدد مرات تكرارها البالغة تسع مرات لكل معلومة على التوالي إلا أن مددها ليست متساوية حيث تبلغ أربعين دقيقة وأربعاً وأربعين ثانية، وستاً وأربعين دقيقة وست ثوان، وثلاثاً وثلاثين دقيقة وخمس وثلاثين ثانية، أي بنسبة مئوية تبلغ ١٢,٢٪ لكل منهم على التوالي.

وبمقارنة مرات التكرار بالنسبة لبرامج الإذاعتين الموضحة في الجدول المشار إليه آنفاً يتضح تفاوت الأرقام في شكل تنازلي، الأمر الذي يوضح لنا ترتيب وكثافة المعلومات المختلفة الواردة في برامج الأطفال الأسبوعية في الإذاعتين مدار البحث. كما تبين المقارنة أن مجموع مرات تكرار المعلومات في إذاعة البرنامج العام هو (١١٥) مرة واستغرقت (٤٥٠) دقيقة بنسبة ٩٩٪ في حين بلغ عدد مجموع مرات تكرار المعلومات بالنسبة لإذاعة البرنامج الثاني (٦٨) مرة استنفدت (٣٠٠) دقيقة أي بنسبة مئوية قدرها ٩٩,٣٪.

ويوضح الجدول أيضاً أن الموضوعات العلمية، والترويحية، والاجتماعية هي الأكثر تداولاً في برامج الإذاعتين مدار البحث. وهذا يدل على أن الإذاعتين تهتمان بالترفيه عن الطفل، ولكن هذا الترفيه ليس على حساب الموضوعات الجادة الأخرى وإنما هو وسيلة لإيصالها إلى عقول الناشئة بأيسر السبل وأسهلها.

وتؤدي برامج الأطفال في الإذاعة المسموعة دوراً رئيساً في توجيه الأطفال. وتنمية إدراكهم للخلق الأفضل ويعتمد ذلك على مساهمة هذه البرامج ومضامينها ومدى اعتمادها على القصص التربوية الهادفة والمعلومات الدينية والاجتماعية الفاضلة (٣٠).

جدول رقم (٤) أنواع وعدد مرات تكرار موضوعات المعلومات الواردة

في برامج الأطفال الأسبوعية

الترتيب	النسبة	العدد بالفئات والثنائي	مرات التكرار في البرنامج الأسبوعي	الترتيب	النسبة	العدد بالفئات والثنائي	مرات التكرار في البرنامج الأسبوعي	أنواع الموضوعات
٢	٪١٢,٢	١٠,١١	٩	١	٪٢٦	١٢٨,١٦	٢٠	معلومات علمية
-	-	-	-	٢	٪١٢	٧٠	١٥	معلومات لغوية
١	٪١٦,٦	٢٦,٨	١١	٣	٪٠,٨	١٢,٢٥	١٠	معلومات
٢ مكرر	٪١٢,٢	١٦,٦	٩	٤	٪٠,٧	٢٤,٢	٩	ترويضية
٣	٪١٦,٢	٧٠	٨	٥	٪٠,٧	٢٢,١١	٩	معلومات اجتماعية
٥	٪٠,٥	١٥,٢٧	٤	٦	٪١	٢٢,٠٥	٧	معلومات دينية
-	-	-	-	٧	٪١	٢٥,١١	٧	معلومات
٦	٪٠,٤	٢,١٥	٢	٨	٪٠,٤	١,٢٥	٥	جغرافية
٢ مكرر	٪١٢,٢	٢٢,٢٥	٩	٩	٪٠,٤	٢٤,١٢	٤	معلومات
٧	٪٠,٢	١٥	٢	١٠	٪٠,٤	٧	٤	معلومات تعليمية
٧ مكرر	٪٠,٢	٢,٤٢	٢	١١	٪٠,٤	١٢,٥	٤	معلومات لغائية
٨	٪٠,١	٢,٢٢	١	١٢	٪٠,٤	٨,٢٠	٤	معلومات ترجمة
٤	٪٠,٢	٢٦,٥٠	٧	١٣	٪٠,٢	١٥	٢	شخصية
-	-	-	-	١٤	٪٠,٢	٤,٢٠	٤	معلومات أخرى
٧ مكرر	٪٠,٢	٥	٢	١٥	٪٠,٢	٢,٥٨	٢	معلومات تاريخية
٨ مكرر	٪٠,١	٢,١٥	١	-	-	-	-	معلومات فلسفية
-	-	-	-	-	-	-	-	معلومات نفسية
-	-	-	-	-	-	-	-	معلومات رياضية
-	-	-	-	-	-	-	-	معلومات اقتصادية
-	-	-	-	-	-	-	-	معلومات طبية
	٪١٦,٢	٢٢٠	١٨		٪١١	٤٤٠	١١٥	المجموع

\* الترتيب حسب عدد مرات التكرار

تتعدد القطاعات التي تتحدث عنها برامج الأطفال الأسبوعية وتتنوع في إذاعتي البرنامج العام والبرنامج الثاني، وكما يبين الجدول رقم (٥) فإن القطاعات التي حظيت بالمرتبة الأولى في عينة برامج الأطفال بالبرنامج العام، هي الأشياء المعنوية حيث تكرر عدد مرات الحديث عنها إحدى وعشرين مرة أي بنسبة مئوية قدرها ٢٢,٨٪، في حين احتلت المرتبة الأولى في البرنامج الثاني قطاعات الإنسان التي تكررت اثنتين وعشرين مرة وبنسبة مئوية تبلغ ٤٠٪ وجاءت في المرتبة الثانية القطاعات المذكورة آنفاً نفسها في إذاعة البرنامج العام بعدد مرات تكرارها البالغة سبع عشرة مرة وبنسبة قدرها ٢٦,٥٪، بينما وردت قطاعات الأشياء المعنوية في المرتبة الثانية بإذاعة البرنامج الثاني بعدد مرات الحديث عنها حيث بلغ ذلك تسع مرات وبنسبة مئوية قدرها ١٦,٢٪ وهي بذلك تنقص عن الأشياء المعنوية التي شغلت المرتبة الأولى في برامج إذاعة البرنامج العام باثنتي عشرة مرة.

وبالاطلاع على الجدول المذكور آنفاً نلاحظ أن قطاعي المنظمات والهيئات، والألوان في كلتا الإذاعتين لم يرد ذكرهما بينما ورد الحديث عن قطاع المواقع في إذاعة البرنامج العام وأغفل ذكره في إذاعة البرنامج الثاني.

ويلاحظ أيضاً في الجدول المذكور أن القطاعات التي نالت قدراً أقل من الحديث عنها في برامج الأطفال هي الطيور حيث لم يرد ذكرها إلا مرة واحدة في إذاعة البرنامج العام وثلاث مرات في إذاعة البرنامج الثاني أي بنسبة مئوية قدرها ١,٥٪ و٥,٤٪ على التوالي. وأما القطاعات المتساوية في عدد مرات الحديث عنها في برامج الأطفال بالإذاعتين فهي فقرة قطاعات أخرى، حيث بلغ الحديث عنها في كل من الإذاعتين أربع مرات وبنسبة تقدر بـ ٦,٢٪ و ٧,٢٪ على التوالي.

ومن واقع الجدول المشار إليه سابقاً يتبين أن مجموع مرات التكرار في القطاعات التي تم التعرض لها في برامج الأطفال الأسبوعية المذاعة من البرنامج العام أربع وستون مرة وبمجموع النسب المئوية البالغة ٩٩,٦٪ في حين بلغ مجموع مرات التكرار في القطاعات التي تم التحدث عنها في برامج الأطفال الأسبوعية المقدمة من البرنامج الثاني خمساً وخمسين مرة وبمجموع النسب ٩٩,٦٪.



واستناداً إلى الجدول السابق فإن القطاعات التي تحتاج إلى الحديث عنها أكثر في برامج الأطفال هي قطاعي الحيوانات والطيور؛ لأنهما الأقرب إلى مفاهيم الأطفال والأكثر معاشية لهم وخاصة قطاع الحيوانات. «فاقتصوة طريفة من عالم الحيوان تقرب إلى الطفل المبادئ الأساسية لعالم الإنسان من خير وشر وصدق وكذب»<sup>(٢١)</sup>.

جدول رقم (٥) القطاعات التي تتحدث عنها برامج الأطفال الأسبوعية

القطاعات	مرات التكرار في البرنامج العام	النسبة	المرتبة	مرات التكرار في البرنامج الثاني	النسبة	المرتبة
الأشياء العلوية	٢١	٪٢٢,٨	١	٩	٪١٦,٣	٣
الإنسان	١٧	٪٢٦,٥	٢	٣٢	٪٤٠	١
الحيوان	٨	٪١٢,٥	٣	٧	٪١٢,٧	٣
الجماد	٦	٪٩,٣	٤	٥	٪٨	٤
المواقع	٤	٪٦,٢	٥	-	-	-
قطاعات أخرى	٤	٪٦,٢	٦	٤	٪٧,٢	٥
النبات	٣	٪٤,٦	٧	٥	٪٨	٤ مكرر
الطيور	١	٪١,٥	٨	٣	٪٥,٤	٦
المتنوعات	-	-	-	-	-	-
والهياكل	-	-	-	-	-	-
الألوان	-	-	-	-	-	-
المجموع	٦٤	٪١٠٠		٥٥	٪٨٩,٦	

بالنسبة للمواقع الجغرافية التي تتحدث عنها برامج الأطفال الأسبوعية المذاعة من إذاعتي البرنامج العام والبرنامج الثاني، فإن فترة عام (وهي التي تعنى المتحدث بدون تحديد الموقع) كما هو موضح في الجدول رقم (٦) هي التي حظيت بالأولوية

في برامج الإذاعتين مدار البحث ، حيث بلغ عدد مرات الحديث عنها في البرنامج العام ثمان وثلاثين مرة وبنسبة مئوية قدرها ٧٠,٢ ٪ ، بينما زاد عدد مرات التحدث عنها في البرنامج الثاني مرة واحدة عن عدد مرات التحدث عنها في البرنامج العام، وبعبارة أخرى تم الحديث عنها تسعاً وثلاثين مرة وبنسبة مئوية تبلغ ٨٢,٩ ٪. وجاءت المملكة العربية السعودية في المرتبة الثانية وبفرق كبير يبلغ خمساً وعشرين مرة في البرنامج العام وأربعاً وثلاثين مرة في البرنامج الثاني وبالتحديد تكرر الحديث عن المملكة ثلاث عشرة مرة في البرنامج العام وخمس مرات في البرنامج الثاني أي بنسبة مئوية قدرها ٢٤ ٪ و ١٠,٦ ٪ على التوالي.

ومن المواقع الجغرافية الأخرى التي تحدثت عنها عينة البرامج في الدول العربية الأخرى والدول الأوروبية حيث تكررت الأولى ثلاث مرات وبنسبة قدرها ٥,٥ ٪ في البرنامج العام والثانية - الدول الأوروبية - تكررت مثل سابقتها ثلاث مرات وبنسبة تبلغ ٦,٢ ٪ في البرنامج الثاني.

أما فقرات الدول التي وردت في الجدول المشار إليه ولم تتحدث عنها برامج الأطفال الأسبوعية في الإذاعتين فهي فقرات الدول الأفريقية والآسيوية والأمريكية وفقرة أخرى.

وبالنسبة لمجموع عدد مرات تكرار الحديث عن المواقع الجغرافية فقد بلغ أربعاً وخمسين مرة، وبنسبة مئوية قدرها ٩٩,٨ ٪ في إذاعة البرنامج العام وسبعاً وأربعين مرة وبنسبة مئوية تبلغ ٩٩,٨ ٪ في إذاعة البرنامج الثاني.

ويُحَظ أن فقرة المملكة العربية السعودية في الجدول المشار إليه آنفاً، تحتاج إلى زيادة أكثر مما هو موضح في الجدول للإذاعتين وذلك لإعطاء الأطفال مزيداً من المعلومات عن المملكة وما تحويه من أماكن مقدسة لها مكانة عظيمة في قلوب جميع المسلمين، كما أن الإكثار من الحديث عن المملكة وإنجازاتها يفرس روح الانتماء والوطنية في نفوس الأطفال المستمعين لبرامج الإذاعتين وعلى وجه الخصوص المستمعين لبرامج الأطفال.

جدول رقم (٦) المواقع الجغرافية التي تتحدث عنها برامج الإطفال الأسبوعية

المرتبة	النسبة بالدقائق	مرات التكرار في البرنامج الثاني	المرتبة	النسبة بالدقائق	مرات التكرار في البرنامج العام	المواقع الجغرافية
١	٪٨٣,٩	٣٩	١	٪٧٠,٣	٣٨	عام
٣	٪١٠,٦	٥	٣	٪٣٤	١٣	المملكة العربية السعودية
-	-	-	٣	٪٥,٥	٣	الدول العربية الأخرى
٣	٪٦,٣	٣	-	-	-	الدول الأوروبية
-	-	-	-	-	-	الدول الأفريقية
-	-	-	-	-	-	الدول الآسيوية
-	-	-	-	-	-	الدول الأمريكية
-	-	-	-	-	-	أخرى
	٪٩٩,٨	١٧		٪٩٩,٨	٥٤	المجموع

وأما مصادر المعلومات الواردة في برامج الأطفال الأسبوعية المذاعة من البرنامجين العام والثاني فقد قسمت إلى ثلاث فقرات هي: أسرة البرنامج، والأطفال، والضيوف. وكما يوضح الجدول رقم (٧) فإن المرتبة الأولى شغلتها فقرة أسرة البرنامج بعدد مرات تكرار ورودها في عينة البحث من برامج إذاعة البرنامج العام حيث بلغ أربعاً وأربعين مرة أي بنسبة مئوية قدرها ٪٧٨,٥، والفقرة نفسها المذكورة آنفاً احتلت المرتبة الأولى في عدد مرات تكرارها في برامج أطفال إذاعة البرنامج الثاني حيث وردت ستاً وأربعين مرة أي بنسبة قدرها ٪٩٧,٨.

وأما المرتبة الثانية فقد شغلتها فقرة الأطفال في الإذاعتين ولكن بفارق كبير جداً في عدد مرات التكرار الواردة لفقرة أسرة البرنامج السالفة الذكر. وبين ذلك بوضوح الجدول المشار إليه آنفاً حيث تكررت فقرة الأطفال ثمان مرات أي بنسبة قدرها ٪١٤,٢ في إذاعة البرنامج العام في حين لم تتكرر سوى مرة واحدة أي بنسبة تبلغ ٪٢,١ في إذاعة البرنامج الثاني.

وبالنسبة للمرتبة الثالثة فقد شغلتها فقرة الضيوف بعدد مرات تكرارها البالغة أربع مرات ونسبة ٧,١٪ في إذاعة البرنامج العام بينما لم يرد لها ذكر في عينة برامج إذاعة البرنامج الثاني.

ويُلاحظ على الجدول المشار إليه آنفاً، أن المعلومات الواردة من الأطفال قليلة جداً الأمر الذي يدعو إلى مضاعفة الجهد لاستقطاب أكبر عدد ممكن من الأطفال لتزويد البرامج بإنتاجهم مع إبداء آرائهم ورغباتهم حيال البرامج التي تقدم لهم في الإذاعتين.

كما أن إتاحة الفرصة لهم كي «يشاركوا بالتمثيل ويعرضوا إبداعاتهم من الأشعار وتوجيه أسئلتهم إلى الشخصيات التي يحبونها»<sup>(٢٢)</sup>، وتقديم الصالح للإذاعة من إنتاجهم وتلبية رغباتهم واحتياجاتهم يزيد عدد مستمعي برامج الأطفال في الإذاعتين من جمهور الأطفال. وهو الهدف الرئيس الذي تسعى إليه أي إذاعة تقدم برامج خاصة للأطفال.

جدول رقم (٧) مصادر المعلومات الواردة في برامج الأطفال الأسبوعية

المرتبة	النسبة بالدقائق	مرات التكرار في البرنامج الثاني	المرتبة	النسبة بالدقائق	مرات التكرار في البرنامج العام	مصادر المعلومات
١	٩٧,٨٪	٤٦	١	٧٨,٥٪	٤٤	أسرة البرنامج
٢	٢,١٪	١	٢	١٤,٢٪	٨	الأطفال
-	-	-	٣	٧,١٪	٤	الضيوف
	٩٩,٩٪	٤٧		٩٩,٨٪	٥٦	المجموع

يظهر الجدول رقم (٨) عدد مرات تكرار الاحتياجات الإنسانية التي تسعى برامج الأطفال الأسبوعية المذاعة في البرنامجين العام والثاني إلى إشباعها حيث

شغلت المرتبة الأولى فقرة العلم / المعرفة في إذاعة البرنامج العام بعدد مرات تكرارها التي تقدر بأربع عشرة مرة أي بنسبة مئوية تبلغ ٢٤,٥٪، واحتلت نفس المرتبة السابقة في البرنامج الثاني الفقرة المشار إليها أيضا بعدد مرات تكرارها البالغة ست عشرة مرة وبنسبة مئوية قدرها ٢٤٪، وأما المرتبة الثانية فقد شغلتها فقرة التوافق الاجتماعي في عينة برامج إذاعة البرنامج العام حيث بلغ عدد مرات تكرارها عشر مرات أي بنسبة قدرها ١٧,٥٪ في حين احتلت نفس المرتبة السابقة في إذاعة البرنامج الثاني فقرة التسلية بعدد مرات تكرارها البالغة سبع مرات وبنسبة مئوية قدرها ١٤,٨٪. وبالنسبة للمرتبة الثالثة فقد شغلتها فقرة الحب في إذاعة البرنامج العام حيث تكررت سبع مرات، أي بنسبة مئوية تبلغ ١٢,٢٪ في حين احتلت نفس المرتبة في إذاعة البرنامج الثاني فقرة العمل التي تكررت ست مرات وبنسبة مئوية قدرها ١٢,٧٪.

وهكذا تتدرج مرات التكرار وتتفاوت النسب للفقرات الأخرى الموضحة في الجدول المشار إليه أعلاه والعائدة لكلا الإذاعتين مدار البحث.

وبلغ مجموع عدد مرات تكرار الاحتياجات الإنسانية في البرنامج العام سبعا وخمسين مرة وبنسبة مئوية قدرها ٩٩,١٪ في حين بلغ مجموع العدد المشار إليه آنفا في البرنامج الثاني سبعا وأربعين مرة أي بنسبة مئوية تبلغ ٩٨,٦٪.

ومن واقع الجدول المذكور آنفاً لا تظهر سوى فقرة الاستقلال التي لم يتم التركيز عليها في عينة برامج كلا الإذاعتين.

وبناء على الجدول السابق، يتبين أن هناك بعض الاحتياجات التي لم تتل نصيبها الكافي من المعالجة في عينة برامج الأطفال في كلا الإذاعتين مدار البحث، ومثالاً على ذلك احتياجات الخيال، والتقدير الاجتماعي، والنجاح بالنسبة لإذاعة البرنامج العام. وأما بخصوص إذاعة البرنامج الثاني فإن احتياجات تأكيد الذات، والأمن والخيال، والتقدير الاجتماعي، والنجاح هي التي لم يتم التركيز عليها بشكل كاف، ومعروف مدى أهمية إمداد الطفل بكل الاحتياجات المشار إليها آنفاً من خلال الأسرة والمدرسة ووسائل الإعلام على اختلاف مستوياتها ومن بينها بالطبع الإذاعة المسموعة ممثلة في برامجها المخصصة للأطفال.

وتسهم برامج الأطفال عن طريق الاحتياجات الإنسانية التي تمد بها الطفل في بناء شخصيته، وزيادة قدرته اللغوية وثقافته، وتوسيع مداركه، إلى جانب زيادتها لعلاقاته الاجتماعية بفتحها الأفاق الاجتماعية أمام الأطفال. هذا بالإضافة إلى تعميقها القدرة الأدبية لدى الأطفال مع تنمية حسهم وذوقهم السليم<sup>(٢٣)</sup>.

جدول رقم (٨) الاحتياجات الإنسانية التي تسعى برامج الأطفال الأسبوعية إلى إشباعها

الاحتياجات الإنسانية	مرات التكرار في البرنامج العام	النسبة	المرتبة	مرات التكرار في البرنامج الثاني	النسبة	المرتبة
العلم والمعرفة	١٤	٪٢٤,٥	١	١٦	٪٢٤	١
التسويق	١٠	٪١٧,٥	٢	٤	٪٠,٨	٥
الاجتماعي	٧	٪١٢,٢	٣	٦	٪١٢,٧	٣
الحب	٦	٪١٠,٥	٤	٧	٪١٤,٨	٢
التسلية	٦	٪١٠,٥	٥	١	٪٢	٧
تأكيد الذات	٥	٪٨,٧	٦	٢	٪٤	٦
أخرى	٢	٪٥	٧	٥	٪٨,٦	٤
العمل	٢	٪٥	٨	١	٪٢	٧ مكرر
الأمن	٢	٪٥	٩	١	٪٢	٧ مكرر
التخيال	١	٪١,٧	١٠	٢	٪٤	٦ مكرر
التقدير	-	-	-	-	-	-
الاجتماعي	-	-	-	-	-	-
النجاح	-	-	-	-	-	-
الاستقلال	-	-	-	-	-	-
المجموع	٥٧	٪٩٩,١		٤٧	٪٩٨,٦	

يبين لنا الجدول رقم (٩) الأشكال الفنية التي تقدم بها عينة برامج الأطفال الأسبوعية المذاعة من البرنامجين العام والثاني مدار البحث، حيث يظهر أن الشكل الفني الذي شغل المرتبة الأولى في إذاعة البرنامج العام هو شكل الحوار الذي تكرر خمس عشرة مرة، أي بنسبة مئوية قدرها ٪٢٦,٣، بينما احتل المرتبة نفسها في إذاعة البرنامج الثاني شكل القالب الغنائي، وقد تكرر هذا الشكل أربع عشرة مرة

وبنسبة مئوية تبلغ ٢٨٪، وجاء في المرتبة الثانية بإذاعة البرنامج العام الشكل السابق - الغنائي - بعدد مرات تكراره البالغ أربع عشرة مرة أي بنسبة قدرها ٢٤,٥٪ في حين شغل المرتبة نفسها المذكورة آنفاً - في إذاعة البرنامج الثاني - كل من الأشكال التالية: حديث مباشر، وحوار، وتمثيل، بعدد مرات تكرار كل منها سبع مرات وينسب مئوية متساوية لكل منها ١٤٪. أما المرتبة الثالثة فقد احتلها الشكل التمثيلي في إذاعة البرنامج العام حيث تكرر عشر مرات أي بنسبة مئوية قدرها ١٧,٥٪، بينما شغل نفس المرتبة في إذاعة البرنامج الثاني شكل مسابقات وفوازير بعدد مرات تكراره البالغة خمس مرات وبنسبة مئوية تبلغ ١٠٪.

ويلاحظ في الجدول رقم (٩) أن جميع فقرات الأشكال الفنية المدونة فيه قد ظهر لها تكرار ونسب ماعداً فقرة شكل آخر التي لم يرد في عينة برامج الأطفال ما يمكن أن يوضع في الخانات المقابلة لها في كلتا الإذاعتين. كما يوضح الجدول عدد مرات تكرار ونسب الأشكال الفنية الأخرى التي لم نشر إليها في هذا المتن.

ويظهر من الجدول المذكور آنفاً أن الشكلين التمثيلي والغنائي (إنشيد) قد تكررا بنسب متفاوتة في برامج الإذاعتين مدار البحث، حيث احتل الأول المرتبة الثالثة في عينة برامج إذاعة البرنامج العام، في حين شغل الشكل الثاني المرتبة الأولى في عينة برامج إذاعة البرنامج الثاني. وهذه الكمية التي يقدم بها الشكلين السالفين تُعدُّ مرضية جداً وإن كان يستحسن تقديم معظم برامج الأطفال بالشكل التمثيلي كلما أمكن ذلك وبخاصة البرامج المخصصة لمراحل العمر المتقدمة التي تمتد من سن (٨-١٢) سنة. ويمكن لهذه البرامج «أن تصقل ميول الأطفال ورغباتهم نحو التمثيل، والتقمص، والتقليد، وحفظ المضمون الموجه نحو السلوك القويم والنواحي الاجتماعية السليمة. كما أنها تصقل حُبهم للبطولة والحماسة وتجعل منهم أشخاصاً يتقنون بأنفسهم»<sup>(٢٤)</sup>.

وأما مراحل العمر التي تمتد من سن (٥-٨) سنة فإنه ينبغي أن تقدم لها الأشكال المنوعة التي تحتوي على المعلومة، والطرفة، والخبر، والمسابقة حيث إنها تشد انتباه الطفل وتؤثر فيه<sup>(٢٥)</sup>.

جدول رقم (٩) الإشكال الفنية التي تقدم بها برامج الأطفال الأسبوعية

الترتبة	النسبة	مرات التكرار في البرنامج الثاني	الترتبة	النسبة	مرات التكرار في البرنامج العام	الإشكال الفنية
٣	٪٦٤	٧	١	٪٣٦,٣	١٥	حوار
١	٪٣٨	١٤	٢	٪٣٤,٥	١٤	قالب غنائي (الناشيد)
٣ مكرر	٪٦٤	٧	٣	٪١٧,٥	١٠	تمثيلي
٢ مكرر	٪٦٤	٧	٤	٪١٢,٣	٧	حديث مباشر
٤	٪٨	٤	٥	٪١٠,٥	٦	إجابات عن أسئلة
٣	٪١٠	٥	٦	٪١٠,٧	١	مسابقات
٥	٪٦	٣	٧	٪٠٣,٥	٢	وفوازير
٥ مكرر	٪٦	٣	٨	٪٠٣,٥	٢	شكل القراري
-	-	-	-	-	-	شكل موسيقي
						شكل آخر
	٪١٠٠	٥٠		٪٩٩,٧	٥٧	المجموع

يظهر الجدول رقم (١٠) المستويات اللغوية التي تقدم بها برامج الأطفال الأسبوعية المذاعة من الإذاعتين مدار البحث، وعدد مرات تكرارها، ونسبتها المئوية حيث احتلت اللغة العربية الميسرة المرتبة الأولى في كلتا الإذاعتين إلا أن إذاعة البرنامج العام هي الأكثر في عدد مرات التكرار في استخدام اللغة العربية الميسرة. وبالتحديد فقد بلغت مرات التكرار للغة سبعاً وأربعين مرة ونسبتها المئوية تقدر بـ ٨٧٪، بينما بلغ عدد مرات التكرار في إذاعة البرنامج الثاني تسعاً وثلاثين مرة أي بنسبة ٨٦,٦٪، وأما المستويات اللغوية التي احتلت المرتبة الثانية فهي اللغة العامية حيث بلغ عدد مرات تكرارها في إذاعة البرنامج العام سبع مرات بنسبة ١٢,٩٪ في حين نقصت نفس المرتبة في عدد مرات التكرار مرة واحدة في إذاعة البرنامج الثاني إذ بلغ العدد ست مرات وبنسبة مئوية قدرها ١٢,٣٪.

وأما مجموع مرات التكرار ونسبتها في عينة برامج كلتا الإذاعتين مدار البحث فقد بلغ أربعاً وخمسين مرة، وبنسبة ٩٩,٩٪ وخمساً وأربعين مرة وبنسبة ٩٩,٩٪



لكل من إذاعتي البرنامج العام والبرنامج الثاني على التوالي. ومن واقع الجدول يتضح أن خاناتي «اللغة العربية الفصحى» و «لغات أخرى» لم ترد معلومات مناسبة لهما.

ومن الواضح أن اللغة العربية الميسرة هي الأقرب إلى أفهام الأطفال بحكم مراحل أعمارهم، حيث يتعذر عليهم استيعاب مضمون برامجهم التي تقدم باللغة العربية الفصحى، ولهذا السبب كانت البرامج التي تقدم باللغة العربية الميسرة تحظى بنصيب الأسد في عدد مرات التكرار في كلتا الإذاعتين ولم تستعمل لغة أخرى سوى اللغة العامية ولكن على نطاق ضيق جداً.

إن استعمال الكلمات السهلة المألوفة والمتداولة في بيئة الطفل، والتي تحمل معنى واحداً خالٍ من الغموض، مع استعمال الجمل الفعلية القصيرة، واستعمال أسلوب التخاطب العادي أو أسلوب المشاقفة<sup>(٣)</sup>، كل ذلك يعمل على تقريب موضوعات البرامج إلى أفهام الأطفال ويجعلهم يقبلون على الاستماع للبرامج المخصصة لهم.

جدول رقم (١٠) المستويات اللغوية التي تقدم بها برامج الأطفال الأسبوعية

المرتبة	النسبة	مرات التكرار في البرنامج الثاني	المرتبة	النسبة	مرات التكرار في البرنامج العام	المستويات اللغوية
-	-	-	-	-	-	اللغة العربية الفصحى
١	٪٨٦,٦	٣٩	١	٪٨٧	٤٧	اللغة العربية الميسرة
٢	٪١٣,٣	٦	٢	٪١٣,٩	٧	اللغة العامية
-	-	-	-	-	-	لغات أخرى
	٪٩٩,٩	٤٥		٪٩٩,٩	٥٤	المجموع

وبعد، لقد حاولنا في هذا البحث تحليل القيم وموضوعات المعلومات الواردة في مضمون برامج الأطفال المقدمة من إذاعتي البرنامج العام والبرنامج الثاني مستقدين في ذلك على بعض النظريات الإعلامية وعلى وجه التحديد، النظرية

الوظيفية لوسائل الإعلام، التي تركز على مسؤولية وسائل الإعلام تجاه المجتمع أو الفرد، ومحور البحث هنا هو الإذاعة والطفل، وبمعنى آخر هو برامج الإذاعة السعودية الموجهة للطفل، ومدى انعكاسها مع أهداف الإذاعة التربوية والتنشيطية والترفيهية لبرامج الأطفال.

ومن واقع النتائج التي توصلنا إليها، أمكن الإجابة عن الأسئلة المذكورة في مكان آخر من هذا البحث.

### الطائفة

عني هذا البحث بتقديم وصف تحليلي للقيم وموضوعات المعلومات الواردة في مضمون برامج الأطفال الأسبوعية المقدمة من إذاعة البرنامج العام والبرنامج الثاني بالملكة العربية السعودية، من خلال العديد من المتغيرات الأساسية، ومن ضمنها: أسماء البرامج، وأيام إذاعتها، والمشاركين في تقديمها، ومدتها، وموضوع المعلومات، والقطاعات التي تتحدث عنها والمواقع الجغرافية لها، ومصادرها، والقيم التي تتعرض لها، والاحتياجات الإنسانية التي تسعى لإشباعها، والأشكال الفنية التي تقدم من خلالها، والمستويات اللغوية التي تقدم بها. وأوضحت نتائج هذا البحث أن مشاركة مذيعية واحدة في تقديم البرامج بإذاعة البرنامج العام قد شغلت المرتبة الأولى بنسبة تبلغ (٢٦,٨)، في حين احتل المرتبة نفسها المذكورة آنفاً في إذاعة البرنامج الثاني الفنانون بنسبة تقدر بـ (٢٨٪)؛ وهذا يعني أن عينة البرامج في إذاعة البرنامج العام تركز في تقديمها على مذيعية واحدة، بينما الأمر يختلف بالنسبة لإذاعة البرنامج الثاني حيث حظي الفنانون بمشاركة أكثر. وكلا الوضعين مخالف إلى حد ما لما ذهبت إليه الاتجاهات الحديثة الداعية إلى مشاركة أكثر للأطفال في البرامج التي تخصهم حيث إن الطفل ينجذب انتباهه أكثر عند سماعه لنظيره وهو يقدم البرنامج.

وبالنسبة للقيم التي ركزت عليها البرامج، فقد ظهر أن قيمة العلم / المعرفة تحتل المرتبة الأولى بعدد مرات تكرارها البالغ ثلاث عشرة مرة أي بنسبة قدرها ١٢,٢٪ في إذاعة البرنامج العام، وشغلت نفس المرتبة في إذاعة البرنامج الثاني قيمة التعاون

بعدد مرات تكرارها البالغة عشر مرات ونسبة مئوية تبلغ ٢٠,٨٪، وأما المرتبة الثانية فقد احتلتها قيمة العمل بعدد مرات تكرارها التي تقدر بنسب مائة مرات أي بنسبة قدرها ٨,٥٪ في برامج أطفال البرنامج العام، بينما شغلت المرتبة نفسها المذكورة آنفاً في البرنامج الثاني قيمة العلم / المعرفة بعدد مرات تكرارها البالغ تسع مرات أيضاً ولكن بنسبة مئوية مغايرة للأولى حيث بلغت ١٨,٧٪. وهكذا أخذت بقية القيم تتساوى حيناً وتتباين حيناً آخر في الإذاعتين. ويلاحظ أيضاً أن هناك بعض القيم التي ركزت عليها برامج الأطفال في إذاعة البرنامج العام وأغفلتها إذاعة البرنامج الثاني والعكس صحيح.

بلغت نسبة الموضوعات العلمية (١٣,٤٪) في عينة برامج الأطفال الأسبوعية بإذاعة البرنامج العام، وهي يبلغها هذه النسبة تحتل المرتبة الأولى من بين الموضوعات التي تناولتها البرامج عينة البحث. في حين شغلت المرتبة نفسها في إذاعة البرنامج الثاني الموضوعات الترويحية بنسبة مئوية تقدر بـ (١٦,٢٪).

وبالرغم من المكانة التي تحتلها الموضوعات الترويحية في عينة برامج الأطفال المقدمة من الإذاعتين إلا أن هذا الترفيه يعد وسيلة وطعماً لإيصال الموضوعات الجادة والجافة إلى عقول الأطفال بأسهل السبل الممكنة.

مثل الأطفال بصفاتهم مصادر للمعلومات الواردة في البرامج عينة البحث (١٤,٢٪) و (٢,١٪) لكل من إذاعتي البرنامج العام والبرنامج الثاني على التوالي. وهذه النسبة تعد متدنية جداً لبرامج موجهة أصلاً للأطفال. وتحتاج إلى زيادة إسهام الأطفال زيادة ملحوظة بحيث يصل إلى (٥٠٪) أو أكثر بقليل.

وبمحاولة تطبيق أهداف الإذاعة السعودية لبرامج الأطفال - المذكورة آنفاً - على نتائج هذا البحث تبين أن هناك تطابقاً تاماً إلى حد ما بين تلك الأهداف التربوية والقيم وموضوعاتها في مضمون برامج الأطفال في الإذاعتين. وإن كانت هناك بعض الجوانب التي تحتاج إلى الزيادة والتركيز أكثر حتى يتم التوازن المنشود في مثل هذه البرامج.

قدم هذا البحث وصفاً لمضمون برامج الأطفال الأسبوعية المقدمة من إذاعتي البرنامج العام والبرنامج الثاني بالملكة العربية السعودية وفقاً للأسئلة التي سعى

للإجابة عنها. وأن العينة المدروسة لاتمثل جميع برامج الأطفال في الإذاعتين مدار البحث، بل تظل هذه النتائج موقوفة على العينة المسحوبة من برامج الإذاعتين. وهي تقدم مؤشرات عامة.

### التوصيات

واستناداً على نتائج البحث، ومن أجل الارتقاء بمستوى إنتاج برامج الأطفال المذاعة من إذاعتي البرنامج العام والبرنامج الثاني، فإن الباحث يوصي بالآتي:

١ - الإكثار من القيم الأصيلة والعادات المرغوب فيها في مضمون البرامج مثل: الإيمان، والصدق، والصبر، والصدقة، والنظافة، والتواضع، لما تفرسه في نفوس الأطفال من أهمية بالغة.

٢ - زيادة نسبة مشاركة الأطفال في تقديم برامجهم؛ لأن الطفل يميل أكثر إلى الاستماع إلى نظيره وهو يقدم البرنامج.

٣ - ضرورة مراعاة التوازن بين موضوعات المعلومات المتباعدة والقطاعات المتحدثة عنها بحيث لا يطفئ موضوع على آخر أو قطاع على قطاع آخر. مع التركيز على قطاعي الحيوانات والطيور؛ لأنهما الأقرب إلى مفاهيم الأطفال والأكثر معاشة لهم وعلى وجه التحديد قطاع الحيوانات.

٤ - الإكثار من المعلومات التي تتحدث عن المملكة وما تحويه من أماكن مقدسة، وما قامت به من إنجازات الأمر الذي يغرس روح الانتماء والوطنية في نفوس الأطفال المتلقين للبرامج الإذاعية.

٥ - ينبغي العناية أكثر بالاحتياجات الإنسانية وخاصة احتياجات الخيال، والتقدير الاجتماعي، والنجاح في الإذاعتين.

٦ - الإقلال من أسلوب الحديث المباشر لتوصيل المعلومات؛ لأنه قليل الجاذبية وكثير الصعوبة لمدارك الأطفال. مع الإكثار من الشكل التمثيلي وأن يكون أشخاصه من عالم الحيوان، أو الجماد، أو عالم الخيال، وأن تتناول أمور الخير والفضيلة وانتصارها على الشر والرذيلة.

- ٧ - زيادة عدد برامج الأطفال مع مضاعفة الوقت المخصص لها في كلتا الإذاعتين حيث إن ما يقدم في الوقت الحالي لا يفي لمواكبة رغبات النشء ومتطلباتهم المتجددة.
- ٨ - ضرورة إعداد برامج تتناسب مع متطلبات كل مرحلة عمرية وعقلية مع العناية بإنتاج برامج خاصة للأطفال ما قبل المدرسة.
- ٩ - الإكثار من تدريب وتأهيل العاملين في إنتاج وإخراج برامج الأطفال من أجل الرفع من مستواهم الفني، وبالتالي ترقى البرامج التي ينتجونها ويخرجونها إلى الدرجة المطلوبة الذي يجعلها مناسبة للأطفال على اختلاف أعمارهم.
- ١٠ - الاستعانة بالبحوث والدراسات الميدانية وتحليل المضمون المتعلق بالطفل ووسائل تعليمه وتنقيفه والتي على ضوئها تتمكن الإذاعة من معرفة جوانب القصور في برامج الأطفال لكي تتلافها مستقبلاً.
- ١١ - تشجيع القطاع الخاص لخوض مجال الإنتاج الإذاعي المخصص للأطفال مما يساعد على تحسين مستوى برامج الأطفال.

## المصادر والمراجع

- (١) نادية سالم وعاطف العبد، «التلفزيون والطفل العربي»، الدراسات الإعلامية، ع ٥٥ (إبريل ١٩٨٩م)، ص ٢١-٢٢.
- (٢) وزارة الإعلام، نشأة وقطاعات وإنجازات (الرياض: شركة العبيكان للطباعة والنشر، ١٤٠٨هـ)، ص ٦٤.
- (٣) عائض الراددي، دراسات إعلامية: من تجربة إذاعة المملكة العربية السعودية في برامج التربية والطفولة والبلد المباشر (الرياض: مطابع وإعلانات الشريف، ١٤١٤هـ)، ص ٤٢-٤٤.
- (٤) عائض الراددي، المرجع السابق، ص ٥٢-٥٣.
- (٥) عائض الراددي، المرجع السابق، ص ٤٠-٤١.
- (٦) عائض الراددي، المرجع السابق، ص ٤٥.

- (٧) جريدة الشرق الأوسط، ع ٤٢٥٨ (٢٦/٧/١٩٩٠م)، ص ١٩.
- (٨) جريدة الحياة، ع ١٠١٠٢ (٩/٢/١٩٩٠م)، ص ٦٦.
- (٩) مجلة الدراسات الإعلامية، ع ٥٩ (أبريل، ١٩٩٠م)، ص ١.
- (١٠) Roger d. Wimmer, and Joseph R. Dominick, Mass Media Research: An Introduction, (California: Wads worth Publishing company; 1983), p. 42-43.
- (١١) د. مكويل (Dennis Mcqual)، (تعريب: عثمان العربي)، الإعلام وتأثيراته: دراسات في بناء النظرية الإعلامية (الرياض: دار الشبل للنشر والتوزيع والطباعة، ١٤١٢هـ) ص ٨٧-٩٧.
- (١٢) Bernard Berelson, content Analysis in Communication Research, (Glencoe, Illi- nois: The Free Press Publishers, 1952), p. 18.
- (١٣) جريدة الحياة، مرجع سابق، ص ١.
- (١٤) كريم، بدر، دور المذيع في تغيير العادات والقيم في المجتمع السعودي، جدة: (دار العلم للطباعة والنشر، ١٤٠٧هـ/٨-١٤١٤هـ).
- (١٥) إبراهيم، بكر، الإذاعة السعودية: دراسة تحليلية لمضامين برامج إذاعة البرنامج العام، (الرياض، دار الشبل للطباعة والنشر، ١٤١٢هـ).
- (١٦) B. Berelson, p. 18.
- (١٧) G. Stemple, and B. Westly, Research methods in Mass Communication, (N.J: Pretrice hall, Inc, 1981), p. 120.
- (١٨) Bernard Berelson, p. 143-145.
- (١٩) Roger D. Wimmer, p. 146.
- (٢٠) R. Brooks, Methods of research in Communication (Boston: Moughto Mifflim company, 1970) p. 85.
- (٢١) محمد عبدالحميد، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام (جدة: دار الشروق، ١٤٠٤هـ)، ص ١١٢.
- (٢٢) N.L. Gage, and D.C. Berliner, Educational Psychology (Chicago: College Pub- lishing Company, 1982), p. 141-152.
- (٢٣) عائش الراددي، برامج الأطفال ..... مرجع سابق، ص ٤.
- (٢٤) خلف نصار الهيتي، القيم السائدة في صحافة الأطفال العراقية، (بغداد: وزارة الثقافة والإعلام ١٩٧٨م)، ص ٧.
- (٢٥) عائش الراددي، برامج الأطفال ..... مرجع سابق، ص ٦.

- ٢٦) عاطف العبد، الإعلام المرئي الموجه للطفل العربي: دراسة ميدانية وتحليلية (القاهرة: دار الفكر العربي، ١٩٨٩م).
- ٢٧) Ole Holsti, content analysis for the social sciences and Humanities (Reading, Mass: Addison - Wesley, 1969), p. 137.
- ٢٨) صالح هندي، أثر وسائل الإعلام على الطفل، (عمان: دار الفكر للنشر والتوزيع، ١٩٩٠م)، ص ٨٥.
- ٢٩) عبدالفتاح أبو معال، أثر وسائل الإعلام على الطفل (عمان: دار الشروق للنشر والتوزيع، ١٩٩٠م)، ص ٩٢.
- ٣٠) عبدالفتاح أبو معال، المرجع السابق، ص ٩٢-٩٢.
- ٣١) صالح هندي، مرجع سابق، ص ٨٤.
- ٣٢) صالح هندي، مرجع سابق، ص ٨٥.
- ٣٣) أحمد زيادي وآخرون، أثر وسائل الإعلام على الطفل (عمان: الأهلية للنشر والتوزيع، ١٩٨٩م)، ص ٦٦.
- ٣٤) عبدالفتاح أبو معال، مرجع سابق، ص ٩٢.
- ٣٥) صالح هندي، مرجع سابق، ص ٨٤.
- ٣٦) صالح هندي، مرجع سابق، ص ٨٦.